

Maja Wojciechowska

Ateneum – Szkoła Wyższa

JAKOŚĆ OBSŁUGI UŻYTKOWNIKA BIBLIOTEKI JAKO ELEMENT KONCEPCJI MARKETINGOWEJ

W referacie przedstawiono zasady filozofii obsługi użytkownika w ramach koncepcji marketingowej. Zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych w polskich bibliotekach, ilustrujące jak wykorzystywana jest ta koncepcja w praktycznej działalności bibliotek, jak czytelnicy oceniają jakość obsługi oraz jak bibliotekarze przygotowani są do profesjonalnej obsługi klienta. Uzyskane dane zostały zinterpretowane na tle analogicznych badań prowadzonych w instytucjach komercyjnych.

Na przestrzeni ostatnich 20 lat, zarówno w Polsce jak i na świecie, zauważalne są znaczące zmiany w organizacji i funkcjonowaniu bibliotek. Przyczyn tych zmian można upatrywać w pojawieniu się dwóch, niezwiązanych wyłącznie z bibliotekami, zjawisk. Pierwszym z nich jest dynamiczny rozwój techniki, a szczególnie technologii informatycznej, której stosowanie spowodowało powstanie zupełnie nowego modelu zarządzania informacją i w konsekwencji nową rolę bibliotek. Drugim zjawiskiem jest wzrost zamożności społeczeństw, rozwój handlu oraz powstanie i rozwinięcie koncepcji marketingu, której wdrożenie przez biblioteki w znaczący sposób zmieniło cele i zasady ich działania.

Według Philipa Kotlera, popularyzatora koncepcji marketingowej oraz autora tzw. „biblii marketingu”, zarządzanie marketingiem

to: „sztuka i nauka wyboru rynków docelowych oraz pozyskiwania, utrzymywania i powiększania grupy klientów poprzez kreowanie wyższej wartości, dostarczanie jej i informowanie o niej klienta” [1, s. 9]. Jak można zauważyć, w centrum zaprezentowanej definicji znajduje się klient. To dla niego projektowane są usługi, wprowadzane innowacje zwiększające ich wartość oraz podnoszona jest jakość obsługi, wpływająca na satysfakcję użytkownika i na przywiązanie do konkretnej instytucji. Również w bibliotekach, poza zadowoleniem z uzyskanej informacji czy skorzystaniem z bogatej oferty, czytelnicy coraz większą wagę przykładają do jakości obsługi i często na podstawie własnych wrażeń i odczuć w tym zakresie dokonują wyboru instytucji bibliotecznej, do której będą przychodzić przez lata.

Przez wielu specjalistów do spraw zarządzania obsługa klienta uznawana jest za swego rodzaju kunszt lub sztukę, która stanowi najważniejszą strategię marketingową, celem jej zaś jest „zrozumienie i zaspokojenie wszelkich potrzeb klientów” [2, s. 3]. To użytkownik biblioteki wystawia jej ocenę z zakresu jakości obsługi. Wszelkie systemy, pomiary i badania wewnętrzne mogą służyć jedynie jako narzędzie pomocnicze, nie zaś jako źródło dla ostatecznego werdyktu.

Użytkownicy bibliotek opinie na temat jakości kontaktów z pracownikami biblioteki wyrabiają sobie na podstawie własnych doświadczeń, jak i doświadczeń osób trzecich, które podzieliły się z nimi swoimi wrażeniami. Nieprawidłowości w zakresie obsługi można szybko zaobserwować na podstawie charakterystycznych symptomów, do których należą m.in.:

- coraz częściej pojawiający się niezadowoleni użytkownicy;
- liczne rezygnacje z usług biblioteki – spadek liczby użytkowników;
- znaczące zwiększenie czasu poświęcanego na obsługę użytkowników, sugerujące problemy i komplikacje w tym zakresie;
- częstsze problemy związane z funkcjonowaniem działów obsługi, wymagające specjalnych rozwiązań;
- brak regularnych szkoleń w zakresie obsługi użytkowników;

- brak możliwości dokształcania pracowników mających bezpośredni kontakt z użytkownikiem.

Wystąpienie jednego lub dwóch z wyżej wymienionych symptomów nie musi wskazywać na niski poziom obsługi, jednak ich kumulacja może świadczyć o pilnej potrzebie weryfikacji polityki biblioteki w zakresie zarządzania jakością.

Biblioteka, która dąży do podnoszenia jakości obsługi użytkowników, powinna jasno określić swoją wizję zmian, a także, w którym kierunku zmierza, jakie są jej priorytety i jakie zasady. Wiele również mogą pomóc odpowiedzi na pytania:

- jaki kształt ma osiągnąć biblioteka w najbliższej i dalszej przyszłości;

- jakie cele ma realizować;

- jakim grupom użytkowników ma służyć;

- jak ma być przez nich postrzegana;

- do realizacji których oczekiwań użytkowników ma dążyć biblioteka;

- co jest najważniejsze w działalności biblioteki, co powinno pozostać niezmiennie;

- jakimi wartościami mają kierować się bibliotekarze w swojej pracy;

- jakich zmian będzie wymagała nowa „filozofia” pracy.

Wprowadzenie strategii marketingowej nakierowanej na wysoką jakość obsługi klienta, poza przygotowaniem całego zespołu, wymaga przede wszystkim aktywnego zaangażowania kierownictwa biblioteki. Aktywne zaangażowanie i przekonanie co do potrzeby podnoszenia jakości obsługi jest warunkiem, który musi zostać spełniony, aby wprowadzić zmiany w całej bibliotece. Pozostałe warunki to przede wszystkim:

- zaakceptowanie przez pracowników faktu, iż biblioteki są przede wszystkim instytucjami usługowymi. Ich podstawowym zadaniem nie jest gromadzenie zbiorów lecz udzielanie informacji;

- określenie jasnej wizji biblioteki, jako instytucji przyjaznej użytkownikowi;

- stworzenie kultury organizacyjnej, w której wszystkie działania nakierowane są na podnoszenie satysfakcji użytkowników;
- regularne szkolenia w zakresie obsługi użytkowników dla wszystkich pracowników, niezależnie od działu, w którym są zatrudnieni;
- wprowadzenie systemu motywującego wysoką jakość obsługi;
- systematyczne prowadzenie badań oczekiwań i satysfakcji użytkowników.

Każdy bibliotekarz mający jakikolwiek kontakt z czytelnikami powinien być zarówno świetnym specjalistą z zakresu bibliologii, jak również posiadać umiejętności interpersonalne i łatwość nawiązywania kontaktów z innymi osobami. Brak którejkolwiek z tych cech powoduje, iż obsługa klienta przebiega na niezadowolającym poziomie. Zarówno świetny bibliolog, który preferuje pracę z dala od ludzi, jak i towarzyski bibliotekarz pozbawiony wiedzy fachowej nie będą w stanie zadowolić wymagającego czytelnika. Pozyskanie dobrego pracownika do działu obsługi jest więc bardzo trudne i często czasochłonne. Wielkim błędem jest przydzielanie do pracy z czytelnikami osób, które nie są mile widziane w innych działach, co bywa praktykowane w wielu bibliotekach. Pracownicy obsługi stanowią bowiem wizytówkę biblioteki, pryzmat, przez który oceniana jest cała instytucja. Należy pamiętać, że o ile wiedzę fachową można uzupełnić, a pewnych umiejętności nauczyć, o tyle empatii i zamiłowania do wykonywania zawodu już nie.

Personel bezpośrednio kontaktujący się z użytkownikami powinien w regularnych odstępach czasu odbywać szkolenia z zakresu obsługi klienta, prezentujące zasady i metody działania przyjęte oraz preferowane przez bibliotekę. Do przykładowych tematów szkoleń można zaliczyć m.in. znajomość profilu księgozbioru biblioteki, oferowanych usług oraz struktury organizacyjnej, umiejętność prowadzenia korespondencji elektronicznej i rozmów telefonicznych (z uwzględnieniem procedur przyjętych przez bibliotekę), obsługę różnych grup użytkowników, obsługę tzw. „trudnego czytelnika”, zdolność łagodzenia sporów i rozwiązywania problemów, trening asertywności, wyrażanie empatii, sztukę tworzenia własnego wize-

runku i stylu także w zakresie ubioru (ogólne ramy w tym zakresie również powinny zostać nakreślone przez bibliotekę), czy też sztukę aktywnego słuchania.

Projektując, a następnie oceniając system obsługi użytkowników biblioteki, należy pamiętać, iż ocena usług jest dokonywana przez czytelników na podstawie czysto subiektywnych odczuć i wrażeń. Czynniki obiektywne, lub istotne z punktu widzenia bibliotekarzy, nie zawsze są brane pod uwagę przez klientów biblioteki. Zdarza się, że wiele wysiłku, czasu i pieniędzy poświęcanych jest na doskonalenie aspektu pracy biblioteki, który dla czytelnika może być niezauważalny. Dlatego też, tak ważna jest nie tylko regularna ocena obsługi, ale również monitorowanie, które jej aspekty są najważniejsze dla czytelników oraz ich ciągłe doskonalenie. Do podstawowych błędów w zakresie obsługi klientów zalicza się:

- ignorowanie użytkowników;
- udzielanie nieprawdziwych lub sprzecznych informacji, co najczęściej zdarza się w dużych bibliotekach zatrudniających wielu pracowników;
- udzielanie błędnych informacji;
- okazywanie czytelnikom obojętności, niechęci;
- nieuprzejme lub niekulturalne traktowanie czytelników;
- brak czasu na wysłuchanie czytelników, zapoznanie się z ich problemami i próbę ich rozwiązania;
- odsyłanie czytelnika do kolejnych działów lub osób w celu rozwiązania problemu, z którym zgłosił się do bibliotekarza (brak przyjęcia odpowiedzialności przez bibliotekarza);
- protekcyjne traktowanie czytelników, zwłaszcza tych, którzy nie radzą sobie w bibliotece;
- niedotrzymywanie obietnic składanych czytelnikom oraz składanie obietnic, o których z góry wiadomo, że nie będą zrealizowane;
- niereagowanie na skargi czytelników, powodujące zniechęcenie do dalszego korzystania z usług biblioteki;
- brak aktywnego dążenia do rozwiązywania problemów czytelników;

- wykorzystywanie regulaminów i zasad formalnych biblioteki do tłumaczenia braku działania i własnej wygody pracowników;
- utrudnianie użytkownikom korzystania z usług biblioteki (począwszy od drobiazgów, które jedynie uprzykrzają czytelnikom pobyt w bibliotece, aż do tworzenia poważnych problemów);
- traktowanie w odmienny sposób różnych użytkowników, np. różnicując poziom obsługi, w zależności od statusu użytkownika (w bibliotekach akademickich często spotykana jest „lepsz” obsługa kadry naukowej i „gorsza” – studentów);
- przeświadczenie, iż obsługą użytkowników i świadczeniem im pomocy zajmują się wyłącznie pracownicy „obsługi”, bibliotekarze z innych działów zaś, kierownicy, dyrektorzy są z tego obowiązku zwolnieni.

Zadziwiające jest, jak często wiele z wydawałoby się oczywistych zasad obsługi czytelników jest łamanych w codziennej praktyce bibliotecznej. Wymienione powyżej błędy popełniane są szczególnie często w bibliotekach, które nie opracowują spójnej polityki obsługi użytkownika. Zasady, którymi kierują się bibliotekarze podczas kontaktów z czytelnikami są wówczas zależne od indywidualnego uznania każdego z nich, w związku z czym jakość obsługi może się bardzo różnić w zależności od obsługującej osoby i sytuacji.

Wiele firm komercyjnych opracowuje na potrzeby kontaktów z klientami tzw. etykietę obsługi, która wskazuje, w jaki sposób powinien zostać obsłużony każdy klient. Być może stworzenie takiej etykiety pomogłoby w usprawnieniu obsługi czytelników, zwłaszcza w przypadku zachowawczych, nieśmiałych czy niezdecydowanych bibliotekarzy. Zachowania wskazujące na istnienie tych cech zdarzają się bowiem w bibliotekach nie tak rzadko. Simon Francis, doświadczony bibliotekarz z Wielkiej Brytanii, na podstawie obserwacji pracowników polskich bibliotek, zwrócił uwagę na asekuracyjną postawę bibliotekarzy, na brak ich aktywności w kontaktach z czytelnikami, na tworzenie sztucznych barier w obsłudze, czego fizycznym przejawem jest odgradzanie się od czytelników ładami, biurkami, tworzenie szczelnie osłoniętych ścianami punktów infor-

macyjnych¹. Wszystkie te elementy mają wpływ na sposób postrzegania biblioteki przez jej klientów.

W literaturze dotyczącej problemów zarządzania bibliotekami coraz więcej miejsca poświęca się badaniom jakości usług, a szczególnie jakości udzielanej informacji i wachlarza usług oferowanych przez bibliotekę. Ciągłe jednak brak jeszcze analiz koncentrujących się na samej obsłudze czytelnika. Pomiar jakości obsługi użytkowników w bibliotece może być dokonywany na dwa sposoby – z uwzględnieniem lub pominięciem aktywnego udziału samych klientów. Badania bez udziału użytkowników opierają się zwykle na ocenie zgodności działań pracowników obsługi z normami i zasadami przyjętymi w bibliotece (choć w Polsce brak jest jak dotąd obligatoryjnych norm z tego zakresu). W ten sposób ocenić można np. średni czas realizacji zamówienia, liczbę działów lub osób, z którymi musi skontaktować się użytkownik w celu załatwienia nietypowej sprawy, czy telefony od czytelników odbierane są w ustalonym czasie, czy termin odpowiedzi na maile nie zostaje przekroczony itp. Badania z udziałem użytkowników prowadzone są najczęściej w formie ankietowej i stanowią cenne źródło na temat subiektywnych opinii o działalności biblioteki. Innymi formami kontaktu z czytelnikami są rozmowy i wywiady bezpośrednie, grupy dyskusyjne i fora internetowe. Coraz częściej biblioteki prowadzące pomiary jakości obsługi konfrontują wyniki z innymi bibliotekami w ramach sieci, regionu, typu lub też porównują osiągnięte rezultaty z instytucjami przodującymi w tym zakresie, prowadząc działania benchmarkingowe.

Skuteczny system obsługi użytkowników, poza oczywistymi zmianami, takimi jak zadowolenie czytelników, powoduje też wiele innych pozytywnych zjawisk. Jednym z nich jest wzrost satysfakcji pracowników biblioteki z wykonywanej pracy. Jest on wynikiem dobrze zaprojektowanych usług, dzięki czemu wzrasta wydajność pracy oraz skuteczność działań. Satysfakcja bibliotekarzy jest również wynikiem sprzężenia zwrotnego – usatysfakcjonowani czytel-

¹ Wykład wygłoszony 29 maja w Gdańsku podczas III Bałtyckiej Konferencji Zarządzanie i Organizacja Bibliotek.

nicy dają wyraz swojego zadowolenia bibliotekarzom, co powoduje wyższy komfort pracy (brak stresów, miła atmosfera itp.), zwiększenie swojej samooceny oraz zaspokojenie potrzeby bycia docenianym przez innych.

Według badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych przez Ministerstwo Handlu, amerykańskie firmy co pięć lat tracą połowę swoich klientów, z czego 60% odchodzi ze względu na niski poziom obsługi. Z kolei koszt pozyskania nowego klienta jest aż siedmiokrotnie wyższy od kosztu jego utrzymania [2, s. VIII]. Jak jest w bibliotekach? Czy nadal można mówić o przywiązaniu użytkowników? Czy w dalszym ciągu korzystają oni z jednej i tej samej instytucji przez całe lata, czy też najmłodsze pokolenia, mające łatwiejszy dostęp do informacji, są mniej lojalne i bardziej wymagające? Czego oczekują od bibliotekarzy pracujących w działach obsługi? Na te pytania odpowiadali czytelnicy różnych typów bibliotek (m.in. akademickich, naukowych, publicznych, pedagogicznych) z terenu Polski.

W przeprowadzonym badaniu, mającym na celu określenie jakości obsługi w bibliotekach oraz przygotowania bibliotekarzy w tym zakresie, wzięło udział ponad 300 czytelników oraz 170 bibliotekarzy, głównie dyrektorów i kierowników nadzorujących szkolenia w bibliotekach.

W większości przypadków czytelnicy są zadowoleni ze sposobu, w jaki obsługiwani są przez bibliotekarzy. Jednak blisko 20% ankietowanych deklaruje swój brak satysfakcji w tym zakresie i liczne uchybienia personelu biblioteki. Zarówno klienci firm komercyjnych, jak i bibliotek, niezwykle rzadko – pomimo niekompetentnego, obraźliwego lub po prostu nieprzyjemnego potraktowania – składają formalne skargi. Nie składają reklamacji, ponieważ nie mają przekonania co do ich skuteczności (50%), kosztuje to ich zbyt wiele wysiłku (17%), nie chcą powodować trudności (17%), są zbyt zajęci (8%) lub zbyt zestresowani (8%) [3, s. 64]. W firmach komercyjnych skargi formalizowane są przez 4% klientów [2, s. 2], 96% rozczarowanych osób nie przedstawia swoich zarzutów usługodawcy, lecz najprawdopodobniej zrezy-

gnuje z jego oferty [3, s. 64]. Wśród ankietowanych czytelników była to zaledwie jedna osoba, usatysfakcjonowana sposobem rozpatrzenia zażalenia. Przy rozpatrywaniu reklamacji warto pamiętać, iż – jak pokazują badania firm biznesowych – ponad połowa klientów, którzy zgłosili zażalenie, nadal będzie korzystała z usług organizacji, pod warunkiem, że skarga odniesie pożądany skutek i zostanie szybko rozpatrzona [2, s. 2].

Wiele osób nieusatysfakcjonowanych poziomem obsługi, pomimo iż nie składa pisemnych protestów w tej sprawie, zmienia swoją postawę względem organizacji świadczącej usługi. W przypadku firm komercyjnych, z oferty w konfliktowej sytuacji, przestaje korzystać aż 90% klientów [2, s. 2]. Użytkownicy bibliotek są bardziej wyrozumiali i tylko 7% z nich zmienia bibliotekę na inną. Powody są różne. W większości o przywiązaniu do konkretnej placówki decyduje jej cenny, często unikatowy i niepowtarzalny księgozbiór (35%), dla wielu osób ważna jest również lokalizacja (20%) i godziny otwarcia (12%). Bywają też czytelnicy, dla których zachowanie bibliotekarza nie ma znaczenia (10%). Według szacunków firm komercyjnych, każdy niezadowolony klient opowiada o swoich negatywnych doświadczeniach dziewięciu innym osobom. W jego opinii potrzeba aż dwunastu pozytywnych przypadków obsługi, by zrównoważyć jeden przypadek negatywny [2, s. 2]. Użytkownicy bibliotek w większości wolą, aby każdy z nich sam wyrobił sobie opinię na temat biblioteki. Jedynie 33% osób stara się przekazać innym informację o złej obsłudze.

Według klientów instytucji komercyjnych do najbardziej irytujących zwrotów, budzących ich gniew i niezadowolenie, można zaliczyć sformułowania:

- „Będzie pan/pani musiał/a...”
- „Co pan/pani zrobił/a?”
- „Polityka naszej firmy...”
- „Nie może pan/pani...”
- „Będzie pan/pani musiał/a porozmawiać z...”
- „Czemu zwraca się pan/pani z tym do mnie?”
- „Jestem tu nowy”

- „To naprawdę nie moja działka”
- „Nie możemy tego zrobić!”
- „Nie trzeba było...”
- „Musiał/a pan/pani...”
- „To nie mój problem!” [2, s. 18 i 19].

Co w obsłudze najbardziej irytuje użytkowników bibliotek? Odpowiedzi przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Sytuacje, zachowania i zdarzenia wpływające na irytację czytelników w czasie korzystania z usług bibliotecznych

Liczba wskazań	Elementy powodujące irytację
41	długi czas oczekiwania na realizację zamówienia, kolejki w bibliotece
35	brak kultury innych czytelników, głośne zachowanie
29	brak chęci pomocy ze strony bibliotekarza, brak cierpliwości
25	niesympatyczne zachowanie bibliotekarzy
22	brak znajomości księgozbioru przez bibliotekarzy
19	brak wiedzy bibliotekarzy z zakresu profilu przedmiotowego biblioteki
18	lekceważenie czytelników
17	niechęć bibliotekarzy do informowania o zasadach pracy biblioteki, negatywne nastawienie do osób nieznających procedur
16	nieodpowiednie uwagi ze strony bibliotekarzy, obcesowość
14	opieszałość bibliotekarzy
11	rozmowy bibliotekarzy na tematy prywatne podczas obsługi użytkowników
9	niekompetencja
9	mała kultura osobista
6	skomplikowane procedury
5	ignorowanie czytelników
4	natrętne polecanie przez bibliotekarza konkretnych tytułów książek
3	robienie problemów przez bibliotekarzy z rzeczy błahych i nieistotnych

Interesujące jest, iż dla czytelników jednym z bardziej irytujących zjawisk jest niekulturalne zachowanie innych użytkowników. Dopiero kolejne zastrzeżenia dotyczą personelu bibliotecznego.

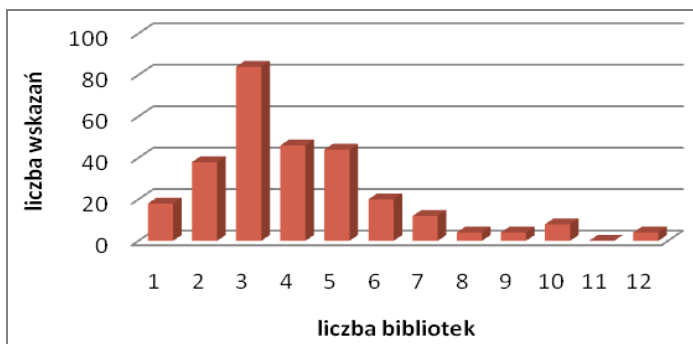
Zdaniem czytelników, bibliotekarze z działów obsługi powinni przede wszystkim sprawnie umieć wyszukać potrzebną informację lub książkę (61%) oraz posiadać szeroką wiedzę (51%). Winni również mieć miłe usposobienie, czyniące wizyty w bibliotece bardziej sympatycznymi (25%). Z kolei 8% czytelników oczekuje, że bibliotekarz będzie spełniać każdą ich prośbę.

Czytelnicy różnią się od klientów firm komercyjnych również sposobem okazywania wdzięczności i empatii. Bardzo chętnie dziękują, jeśli są zadowoleni z miłej i kompetentnej obsługi. Najczęściej jest to uśmiech lub gest (64%) oraz podziękowanie ustne (32%). Niezwykle rzadko zdarza się im przynieść drobny upominek, jak kwiaty czy kawa (1%). Sześć procent czytelników uważa, że bibliotekarze wypełniają swoje obowiązki i w żaden sposób nie okazują im swojego usatysfakcjonowania, 3% zaś nie ma na to energii lub czasu.

Wyniki przedstawione w tabeli 1 wskazują na dość wysoką ocenę obsługi bibliotek. Pokazują jednak również, iż bibliotekom i ich pracownikom stawiane są niższe wymagania niż firmom komercyjnym. Czytelnicy więcej są w stanie zaakceptować, więcej „wybaczyć”, być może dlatego, że usługi bibliotek są bezpłatne.

Bibliotekarze powinni stale podnosić jakość obsługi, tak aby dorównywała ona najwyższym standardom, gdyż ich rola i znaczenie maleje. Użytkownicy bibliotek (72%), poszukując informacji, w pierwszej kolejności sięgają do Internetu. Do tej grupy można dodać osoby, które w ogóle nie korzystają z bibliotek, posilkując się wyłącznie alternatywnymi źródłami informacji. Jedynie 24% czytelników w poszukiwaniu wiedzy od razu kieruje się do biblioteki, 12% woli przeszukać bazy elektroniczne, zaś w sporadycznych przypadkach informacja zdobywana jest za pośrednictwem księgarń, własnych zbiorów lub zbiorów znajomych.

Użytkownicy bibliotek nie są również tak „lojalni” jak kiedyś. W poszukiwaniu usług na wyższym poziomie lub kompletnej informacji, której nie może dostarczyć jedna tylko instytucja, korzystają z większej liczby bibliotek (lub poszukują tej najlepszej, spełniającej ich oczekiwania), co przedstawiono na rys. 1.



Rys. 1. Liczba bibliotek, z których ankietowani czytelnicy korzystali w ciągu ostatnich pięciu lat

Coraz więcej czytelników odwiedza więcej niż tylko jedną bibliotekę, najczęściej trzy, cztery, pięć lub dwie, choć zdarzają się osoby, które zadeklarowały korzystanie aż z 12 bibliotek w ciągu ostatnich pięciu lat.

Aby sprawdzić, co bibliotekarze robią w celu podniesienia jakości obsługi i przyciągnięcia do bibliotek nowych czytelników, dyrektorom i kadrze kierowniczej zadano pytania dotyczące szkoleń. Szkolenia bibliotekarzy poświęcone zagadnieniom sposobu obsługi użytkowników (bez uwzględniania np. szkoleń w zakresie użytkowania baz danych, programów bibliotecznych itp.) realizowane są w 50% badanych bibliotek. Należy jednak wziąć pod uwagę, iż ankietowani, odpowiadając na pytanie, bardzo często brali pod uwagę także krótkie przeszkolenia, mające bardziej charakter instrukcji i wprowadzenia na stanowisko pracy niż profesjonalnego pełnowymiarowego szkolenia z zakresu obsługi klienta. Spośród realizowanych szkoleń 67% przeznaczonych jest dla wszystkich pracowników, niezależnie od działu, w którym pracują, 33% zaś wyłącznie dla bibliotekarzy na co dzień mających kontakt z czytelnikami, czyli pracowników z tzw. działów obsługi. Bibliotekarze odbywają kursy albo w momencie zatrudnienia (57%), albo też delegowani są na nie w późniejszym okresie (43%). Podkreślić należy tu, jak ważne jest

natychmiastowe doszktałcanie osób, które mają reprezentować bibliotekę w kontaktach z użytkownikami. W większości instytucji szkolenia odbywają się raz na rok (45%) lub raz na pół roku (36%). Część bibliotek organizuje je raz na pięć lat (5%), a nawet rzadziej (12%). Z reguły szkolenia mają charakter spotkań wewnętrznych i przygotowywane są przez pracowników biblioteki – np. kierowników, osoby po kursach dla trenerów itp. (55%) oraz dyrektorów (40%). Rzadziej zlecane są firmom zewnętrznym (33%). Część bibliotek stosuje kilka form doszktałcania równocześnie.

Na zakończenie warto zaznaczyć, że większość z dyrektorów wypełniających ankietę doceniła rolę szkoleń z zakresu obsługi użytkownika i jest przekonana, iż powinna się ona odbywać zawsze na najwyższym poziomie (88%). Czternaście proc. nie zauważyło znaczących zmian po przeprowadzeniu szkoleń, 7% zaś uważa, że w bibliotece jest mnóstwo ważniejszych wydatków. Żaden z dyrektorów nie uznał kształcenia bibliotekarzy w zakresie obsługi klienta za stratę pieniędzy.

Podsumowując wnioski płynące z powyższych rozważań, można z całą pewnością stwierdzić, iż wysoki poziom obsługi użytkowników wpływa na pozytywne nastawienie czytelników, ich lojalność, lepsze oceny oraz na przekonanie o znaczącej roli bibliotek. W czasach, gdy nie są już one monopolistami w zakresie udostępniania informacji, a konkurencja w sektorze informacyjnym stale rośnie, wysoki poziom obsługi oraz życzliwa pomoc ze strony bibliotekarzy może stać się czynnikiem przesądającym o wyborze instytucji i decydować o przewadze bibliotek nad innymi źródłami informacji.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Kotler P., *Marketing*, Wyd. 11, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2005.
- [2] Larson W., *Obsługa klienta*, Liber, Warszawa 2003.
- [3] Rogoziński K. (red.), *Zarządzanie relacjami w usługach*, Difin, Warszawa 2006.
- [4] Rudawska E., *Lojalność klientów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

QUALITY OF SERVICE TO LIBRARY USER
AS A MARKETING TOOL ELEMENT

The paper presents a client service methods as a part of marketing concept. The survey of service methods Polish libraries is included, which shows its practical utilization, readers opinion, and readiness of librarians. The results are referred to those obtained for commercial institutions.